

14RAISIN
Not Found
14RAISIN

L'Unità 2

14RAIDES
Not Found
14RAIDES

GIOVEDÌ 14 NOVEMBRE 1996

Le classifiche dei libri? Una roulette

VINCENTO CERAMI

PUNTUALE come la grandine, la vecchia solfa delle classifiche dei libri torna a far discutere. Uno scrittore forse dovrebbe lasciare agli editori il compito di occuparsene. Questa volta, però, c'è un fatto nuovo. Non si discute cioè, come un tempo, se è importante o meno per un buon libro, per un buon autore «stare in classifica» quanto, in modo un po' più tecnico e forse più serio, se gli strumenti che il mercato ha per misurare e orientare se stesso non siano, per caso, un po' antiquati, e non sia il caso di modificarli.

E difatti: «Un mercato ringiovanito si trova a lavorare con uno strumento invecchiato», scrive Cinzia Fiori sul «Corriere della Sera» di mercoledì 13 novembre, a conclusione di un servizio che prende spunto dalla proposta dell'editore Einaudi di non inserire le novità di narrativa italiana o di saggistica a basso prezzo nelle classifiche dei «tascabili», se sono davvero delle novità, ma in quelle della narrativa e della saggistica originale: mentre la categoria di «tascabili» comprende in genere, per chi compila le classifiche, le ristampe economiche di libri usciti come novità qualche tempo prima, o molto tempo prima.

In sostanza, dice l'Einaudi, se un libro come il recentissimo e tanto discusso *Gioventù cannibale* è una novità, e noi casa editrice ci prendiamo il rischio di metterlo a prezzo basso per venire incontro alle tasche dei giovani, perché non farlo gareggiare nella sezione delle novità di narrativa, dove otterrebbe un ottimo piazzamento con i suoi 21 punti rilevati dalla Demoskopia, invece di farlo combattere nel girone dei tascabili, ovvero dei «pesi massimi», libri in genere di larghissima diffusione, dove se la deve vedere con le ristampe di Kerouac o di Primo Levi o di Ken Follet?

Il problema, messo così, è tutt'altro che secondario. E appare come una semplice questione di giustizia. Almeno, se permettete, dal mio punto di vista, quello di chi scrive, e ha visto il proprio libro, *Consigli a un giovane scrittore*, arrivare in pochi mesi alla quinta ristampa, e però l'ha scorto una sola volta in classifica: perché, avendo un prezzo basso, era appunto conteggiato in quella benedetta classifica dei «tascabili», accanto ai best-seller clamorosi e non in quella, più appropriata, della saggistica originale.

MA NON VOGLIO FARNE un caso personale. Il fatto è che, come da più parti si dice, le classifiche andavano bene, cioè rispecchiavano davvero in qualche misura gli orientamenti del pubblico, quando il mercato era più stabile, prima che gli editori inventassero tante forme diverse di libro tascabile, per rispondere ai desideri di un lettore nuovo, con meno soldi in tasca. Una volta era vero che la novità era per definizione un libro con la copertina rilegata o giù di lì, con un prezzo tra le venti e le trentamila, e quindi la classifica delle novità, di narrativa o di saggistica che fosse, diceva il vero prendendo in considerazione solo quella fascia di libri lì (e in quella fascia, tanto per essere chiari, quando un libro vende sette o ottomila copie è già un successo).

Ma oggi che le invenzioni sono tante, il mercato è più moderno e sviluppato, che senso ha continuare a non vedere che se un libro esce in prima edizione in formato tascabile, e vende quindicimila copie in pochi giorni, bisogna per forza farlo gareggiare nel girone che gli è proprio, non accanto cioè alla ristampa supereconomica da centomila copie di un grande classico?

Esperti, trovate il modo, ma fate in modo che le classifiche siano uno strumento vero per capire i gusti del pubblico e non solo un burocratico fatto contabile. Per un autore, vedere il proprio libro in classifica non è per forza un fatto narcisistico; è quasi sempre la premessa per poter vendere altre copie, perché stare in classifica ha un effetto di promozione indubbio e sacrosanto.

Agli esperti, ripeto, trovare il modo: ma lo facciano con un po' d'amore per chi scrive, e vive anche del responso e dell'affetto del pubblico.

Dopo le polemiche sulla super-soia l'Europa blocca il mais transgenico prodotto negli Stati Uniti

Tecno-piante, Ue in guerra

■ Una nuova pianta, transgenica, di cotone è stata messa a punto dalla *Agracetus*, negli Stati Uniti. Produce una sorta di fibra mista, di cotone e poliestere, che è più calda e meno propensa a infiltrarsi del cotone «naturale». Nel cromosoma della pianta sono stati infatti introdotti, con tecniche di ingegneria genetica, due geni di un batterio che produce una macromolecola poliestere, il PHB, utilizzabile come fibra. La pianta geneticamente modificata può produrre così un cotone che, assicurano alla *Agracetus*, conquisterà il mercato delle fibre naturali e, forse, parte di quello delle fibre sintetiche. Intanto ieri la Commissione Europea ha annunciato di aver sospeso

Creato un cotone più caldo e che non infeltrisce

PIETRO GRECO
A PAGINA 4

ogni risposta, in attesa di chiarimenti scientifici, alla richiesta di autorizzazione all'importazione di mais transgenico prodotto negli Stati Uniti dalla *Ciba-Geigy*. La decisione, che finisce per impedire l'importazione del mais transgenico appena raccolto nei campi americani, rischia di alimentare una guerra commerciale con gli Usa. Ad aprile, con una decisione opposta, l'Unione Europea aveva autorizzato l'importazione della soia transgenica prodotta in America dalla *Monsanto*, le cui prime partite sono giunte in questi giorni in Europa, tra le proteste degli ambientalisti di *Greenpeace* e dei movimenti dei consumatori.

Un ex medico sportivo

«Anche i genitori dei giovani ciclisti chiedono doping»

Dopo la denuncia di Gilles Delion, dal ciclismo arrivano conferme sul doping. Parla Giuliano Peruzzi, ex medico dell'Aki, squadra che ha messo alla porta Delion: «Ormai anche i genitori degli allievi chiedono sostanze...».

ANTONIO CIPRIANI PAOLO FOSCHI
A PAGINA 11

L'autobiografia di Dubcek

Quella Primavera sconfitta due volte nelle vie di Praga

Arrivano dagli Editori Riuniti le memorie di Alexander Dubcek, a cura di Jiri Hochman e Luciano Antonetti. L'autoritratto di un profeta gentile e tenace che fu battuto prima da Breznev e poi dagli esiti del 1989.

ADRIANO GUERRA
A PAGINA 2

Parla la rockstar

Il nuovo Prince «Questo disco è il più bello»

Dopo dieci anni di silenzio stampa, The Artist, come ora Prince si fa chiamare, incontra i giornalisti nella sua Minneapolis. E racconta del matrimonio, della libertà, e del suo nuovo disco, *Emancipation*, un triplo di gran classe.

ALBA SOLARO
A PAGINA 5

L'allarme di Márquez «Giornalisti senz'arte»

Interviste a Montanelli e Mauro

NUCCIO CICONTE A PAGINA 3

Viene dal cielo la tv dei vescovi

I VESCOVI riuniti in assemblea da lunedì scorso a Collevaleza per definire il «Progetto culturale di orientamento cristiano» ma aperto alle diverse culture, hanno approvato ieri la proposta, già lanciata al Convegno di Palermo un anno fa, di acquistare un «canale satellitare» per rafforzare nei mass media la presenza cattolica. «La Chiesa - ha dichiarato ieri il Segretario generale della Cei, mons. Ennio Antonelli - è stata sempre un grande committente culturale, oggi deve esserlo anche nel campo dei media».

Nell'aprire i lavori dell'assemblea dei vescovi incentrati esclusivamente sull'elaborazione del «Progetto culturale», il presidente della Cei, card. Camillo Ruini, aveva detto lunedì scorso che, in attuazione delle decisioni del Convegno di Palermo, occorre realizzare «sinergie possibili e necessarie tra i vari media di ispira-

zione cristiana, sia a dimensione nazionale sia a livello locale», prendendo in considerazione anche «le innovazioni sempre più rapide nell'ambito della telematica», come ad esempio gli «spazi satellitari» per rendere più moderna e penetrante la comunicazione della Chiesa nel quadro della società italiana. Ora la proposta è divenuta programma da attuare con i fondi da prendere dai 92 miliardi già stanziati dalla Cei a sostegno del «Progetto culturale», per il rilancio del quotidiano «Avenire» e dei settimanali cattolici che nell'insieme toccano oltre un milione di lettori.

La Chiesa già dispone di 110 emittenti televisive locali, alcune delle quali a livello interregionale, e di 180 radio già collegate che potrebbero ora collaborare mettendo in circuito programmi prodotti in proprio. Si

tratta, perciò, di partire da questa realtà, già esistente e funzionante con ascolti che toccano fino ai sei milioni di persone, per potenziarla sul piano della produzione e dei collegamenti. L'idea emersa ieri dall'assemblea dei vescovi non è di dar vita ad un nuovo network, ma di realizzare una serie di programmi giornalistici, documentari e, persino, film a livello locale, con l'aiuto della stessa Cei, che poi provvederà a trasmettere «in chiaro» su tutto il territorio nazionale con destinatari le tv locali, ma anche quelle nazionali e ricevibili da chiunque disponga di un'antenna satellitare. Mons. Antonelli ha spiegato che ora è stato raggiunto, finalmente, un accordo «sullo sviluppo dell'emittenza satellitare, mediante l'acquisto di un canale, capace di trasmettere 24 ore su 24 ore». La

Chiesa che dopo il Convegno di Palermo ha riacquisito la sua piena autonomia dai partiti ed è impegnata a ridefinire con un suo progetto culturale il suo ruolo nella società italiana, profondamente mutata ed in via di cambiamento, ha bisogno di strumenti nuovi ed efficaci per dialogare e confrontarsi con altre culture. Di qui la decisione di rilanciare strumenti tradizionali, ma anche di investire nella direzione delle nuove tecnologie telematiche. Non a caso, Giovanni Paolo II ha ripetutamente insistito sul fatto che le tv e le nuove e più sofisticate forme di comunicazione telematica sono «il nuovo aeropago dove si forgiavano le coscienze» ma dove «possono passare anche messaggi lontani dai valori del Vangelo». Perciò, la Chiesa sa che la futura battaglia culturale si vince o si perde sul piano delle nuove tecnologie multimediali.

Gara d'assaggio tra ventidue novelli

Prima di acquistare una bella bottiglia del nuovo vino appena in commercio, leggete con attenzione il test di questa settimana. I nostri esperti vi guidano nella scelta con un occhio da bravi consumatori al rapporto qualità/prezzo. Scegliere un vino non è facile e, si sa, il bere bene è un piacere da coltivare con grande sapienza.

IL SALVAGENTE

in edicola da giovedì 14 novembre